



La dualidad sujeto-objeto y la responsabilidad social empresarial

Subject-Object Duality and the Social Responsibility of Business

Miguel Rendueles Mata y Mercedes Dreher**

Resumen

Partiendo de diversas posturas epistemológicas sobre la dualidad sujeto-objeto y algunos conceptos sobre el tema de la responsabilidad social empresarial; se presenta un análisis que abarca diferentes puntos de vista epistemológicos en la relación sujeto-objeto a lo largo del desarrollo del conocimiento y finalmente el enfoque de la responsabilidad social empresarial como objeto frente al papel de la empresa como sujeto que debe responder a las demandas sociales del entorno.

Palabras clave: Epistemología, responsabilidad social, sujeto, objeto.

Abstract

Starting from diverse epistemological positions about subject-object duality and some concepts regarding the social responsibility of businesses, an analysis is presented that includes different epistemological viewpoints regarding the subject-object relationship throughout the development of knowledge and finally focuses on the social responsibility of companies as an object facing the company's role as a subject that ought to respond to the social demands of its surroundings.

Key words: Epistemology, social responsibility, subject, object.

Recibido: Octubre 2006 • Aceptado: Diciembre 2006

* Licenciados en Contaduría Pública–Magíster en Gerencia–Estudiantes del Doctorado en Ciencias Mención Gerencia de URBE, Docente de la URBE, Consultores Gerenciales y Auditores. Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela.
E-mail: renduelesmiguel@usa.net; mercedes.dreher@urbe.edu

Introducción

Las raíces etimológicas de Epistemología provienen del griego (*episteme*), conocimiento, y - (logía) estudio. La epistemología estudia la naturaleza y validez del conocimiento. También ha sido llamada *Teoría del conocimiento* (términos más comúnmente usados y difundido por los alemanes e italianos), o *gnoseología* (utilizado frecuentemente por los franceses). En las últimas décadas también es conocida como filosofía de la ciencia.

El propósito de la epistemología es distinguir la ciencia auténtica de la seudociencia, la investigación profunda de la superficial, la búsqueda de la verdad de sólo un *modus vivendi*. También debe ser capaz de criticar programas y aun resultados erróneos, así como de sugerir nuevos enfoques promisorios.

El problema fundamental que ocupa a la epistemología es el de *la relación sujeto-objeto*. En esta teoría se le llama “sujeto” al ser cognoscente y “objeto” a todo proceso o fenómeno sobre el cual el sujeto desarrolla su actividad cognitiva. De este modo, el problema se presenta en la relación de quien conoce y lo que es cognoscible. En esencia, se trata de la naturaleza, carácter y las propiedades específicas de la relación cognoscitiva, así como las particularidades de los elementos que intervienen en esta relación.

Asociando esta dualidad epistemológica del sujeto-objeto a las organizaciones y su relación con la responsabilidad social empresarial, definida por la Comunidad Económica Europea como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”¹; surge como propósito de este artículo la identificación de la empresa como sujeto y la determinación de la responsabilidad social empresarial como objeto de esta relación, tratándose de analizar esta situación desde las diferentes posturas epistemológicas que han sido discutidas a lo largo del desarrollo del conocimiento.

1. Diferentes soluciones al problema de la relación sujeto-objeto

El pensamiento epistemológico surge, entre otras cosas, cuando la incoherencia entre el ser real del objeto y el saber subjetivo dado de este objeto, se convierte en objeto de la actividad intelectual. ¿Cuál es la relación mutua entre la substancia y sus formas fenoménicas, la relación entre lo individual y lo múltiple, entre reposo y movimiento, etc.? Esta fue la problemática planteada por la filosofía natural jónica y de Heráclito. Más tarde, en la escuela eleática, se enlaza el planteamiento cosmológico en forma consciente: a la sustancia le corresponde el saber verdadero, y a sus formas fenoménicas externas le corresponde el simple opinar, el saber falso.

1 Libro Verde “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”. Comunidad Económica Europea.

Los sofistas fueron los primeros filósofos que señalaron el papel de las diferencias individuales en el conocimiento de la realidad, así como el de las condiciones perceptuales, etc. Afirmó Protágoras, el ser es para cada quien diferente. De ahí concluyeron que no puede haber ningún saber universalmente válido y, consecuentemente, tampoco un saber objetivo de la substancia. Para ellos era lícito que algo fuera como aparece, que el hombre sea la medida de todas las cosas.

Para Platón, cada saber real debe de tener un carácter universal, persistente y objetivo y que, en consecuencia, no puede depender de las particularidades individuales y personales del sujeto cognoscente. En su filosofía se está reconociendo por primera vez, claramente, la necesidad de superar los momentos subjetivos del saber para poder reconstruir acertadamente el objeto de esta actividad cognoscitiva. Con esto se presentó la tarea de encontrar aquellas propiedades del objeto que se muestran perdurables en relaciones cognoscitivas distintas.

La teoría antigua del reflejo fue desarrollándose en las doctrinas de Platón y Aristóteles, los cuales, como idealistas, naturalmente no podían aceptar la forma ingenuo-naturista de los presocráticos. Pero fieles al supuesto fundamental de toda la filosofía antigua: la tesis de la unidad entre el saber y el objeto. Platón formuló la teoría causal de la percepción: comparó el sujeto cognoscente con un pedazo de cera y el objeto de la percepción con un sello que penetra la cera. En lo que se refiere a Aristóteles, expresó la idea que el sujeto es potencialmente lo que el objeto cognoscible es en el momento.

En la filosofía antigua no se podía comprender que la actividad creativa del sujeto era indispensable para la construcción ideal del objeto. Se pensaba que el objeto verdadero sólo puede ser “dado” al ser cognoscente: todo aquello que es producto de su creatividad cognoscitiva subjetiva, sólo puede ser un simple opinar, una subjetividad, y por lo tanto, no es verdadero, no corresponde al ser.

Sin embargo, la filosofía de los siglos XVII y XVIII presenta un nuevo planteamiento del problema que se desarrolla en relación estrecha con las ciencias naturales. Esto se manifiesta principalmente, en la comprensión del sujeto, de lo subjetivo, como algo claramente diferenciado de la sustancia material que le es lógicamente opuesto.

Descartes comprendió el “yo”, la autoconciencia del sujeto, como el principio, en cuya existencia no se puede dudar, porque el acto mismo de dudar presupone el “yo” (pienso, luego existo). Ya el hecho que se subraye el “yo” como experiencia interna determinada, como apariencia vital de la conciencia, es un cierto progreso en el análisis filosófico. En su sistema, a la materia se le atribuye una propiedad cuantitativa, mientras que al espíritu se le da una cualitativa. De ahí resulta un dualismo marcado: la exclusión lógica de las dos substancias. En la medida que el racionalismo –después de Descartes- atribuía a la sustancia ideal y material, al sujeto y al objeto, propiedades lógicamente incompatibles, no pudo resolver el problema del conocimiento.

En el materialismo empirista de los siglos XVII y XVIII se añade otra dificultad para los filósofos de este período sobre el problema sujeto-objeto, y que consistió en lo siguiente: el conocimiento era interpretado como análisis y sistematización de las impresiones del objeto dadas en la experiencia sensorial (empirismo). Referente a esto, la tesis de Locke es típica, ya que sólo pueden poseer “objetividad” las “ideas simples” que en la percepción le son dadas inmediatamente al sujeto. En cambio, las “ideas compuestas”, que son comprendidas como producto de la actividad de la razón, son siempre inseguras, condicionadas y en su significado cognoscitivo relativas.

También el idealismo subjetivo del siglo XVIII ignoró la actividad del sujeto. Así, subrayó Berkeley, que las sensaciones, las “ideas simples”, pertenecen a nuestra mente, pero el espíritu finito no las produce sino las percibe pasivamente. El mérito de haber reconocido la actividad del sujeto en el proceso del conocimiento le corresponde a la filosofía idealista alemana clásica de fines del siglo XVIII y principios del XIX.

Por primera vez en la historia de la filosofía, Kant demuestra que el objeto no es una cosa ajena al sujeto, algo externo y opuesto a éste. La función de la objetividad, según Kant, es una forma de la actividad del sujeto, y el propio sujeto no existe fuera de las cosas conocidas por él. Además, según Kant, el objeto sólo existe en las formas de la actividad subjetiva y sólo así puede ser conocido. La cosa en sí, es decir, la realidad existente fuera de cualquier relación con el sujeto cognoscente es dada al sujeto solamente en la forma de los objetos. Según el filósofo alemán, los objetos son en su esencia producto de la actividad creadora propia del sujeto.

A diferencia de Descartes y de los otros racionalistas metafísicos, Kant no comprendió el sujeto como una *res cogitans*, una “cosa pensante”. Para él el sujeto es autoactividad, actividad interna, que sólo se puede manifestar en su actuación, en la ordenación de las sensaciones por medio de la síntesis categorial. Detrás de la tesis idealista de un mundo de objetos, creado por el sujeto, en Kant se encuentra el profundo supuesto dialéctico de la actividad del sujeto: el sujeto no percibe pasivamente el mundo de las sensaciones, que les es “dado”, o los conceptos racionales terminados, sino realiza lo “dado” creativamente.

Hegel superó plenamente aquellos elementos de enajenación en la comprensión del sujeto y el objeto, los cuales se conservan todavía en la filosofía de Kant. Hegel demostró su dependencia mutua dialéctica, su enlazamiento mutuo, descubrió rigurosamente que no es posible contraponer metafísicamente realidad objetiva (en Kant, la cosa en sí) y objeto, saber empírico y saber racional, experiencia “externa” e “interna”, razón teórica y práctica. Según Hegel, sujeto y objeto son sustancialmente idénticos porque la realidad se basa en el autodesarrollo del espíritu absoluto, (en el sentido absoluto de la palabra, realidad y espíritu absoluto confluyen, según Hegel). Pero el espíritu absoluto, para Hegel, es el sujeto absoluto que se tiene a sí mismo como objeto. *La fenomenología del espíritu* de Hegel, se dedica a la tentativa de comprobar esta tesis.

Hegel desarrolla el punto de vista de Kant del sujeto como autoactividad. A la vez ya no entiende la autoactividad como acto estático que se realiza fuera del espacio y tiempo, sino como autodesarrollo del sujeto, el cual se manifiesta especialmente en el desarrollo de las formas de la actividad práctica y cognoscitiva de la sociedad humana. Las categorías aparecen como grados del conocimiento del mundo exterior y del espíritu absoluto por el ser humano social. Por primera vez se plantea el problema de sujeto-objeto *históricamente*, en el nivel de un análisis del desarrollo de la relación entre conciencia y objeto. El sujeto sólo existe en cuanto es un eterno devenir, un movimiento sin fin. El espíritu absoluto como sujeto-objeto absoluto, no existe fuera del proceso de su autodescubrimiento y autorealización. No se puede entender el resultado sin el camino que ha conducido a él, y el resultado contiene este camino conservado y superado como momento de sí mismo.

El materialismo dialéctico afirma que el saber no es una cosa independiente que se inmiscuye entre sujeto y objeto, sino un momento de la actividad del sujeto frente al objeto, una “forma transformada” (Marx) específica del proceso cognoscitivo. El saber representa la actividad cognoscitiva potencial del sujeto. (Cuando el saber se convierte de una actividad cognoscitiva potencial en una actual, entonces, ya no aparece en “forma transformada” de la objetividad, sino como momento del proceso cognoscitivo.) De este modo, en la realidad, no hay dos relaciones independientes –la del saber con el objeto y la del sujeto con el saber–, sino sólo la relación entre sujeto y objeto. El saber no es un “mediador” entre sujeto y objeto, sino una forma de la realización de la relación cognoscitiva. En su forma “transformada”, específica, un tipo de cristalización de la actividad cognoscitiva realizada y la forma de su posible desarrollo futuro.

A finales del siglo XIX aparecieron una serie de trabajos en los cuales se analizó lógicamente los conceptos fundamentales de la física clásica, destacan principalmente los trabajos de Ernst Mach. Mientras en la mecánica de Newton se explicaba una serie de fenómenos físicos por su referencia con el espacio absoluto, por su parte, Mach postuló un nuevo principio: todo lo que sucede en el mundo tiene que explicarse por la acción recíproca de los cuerpos. Para Mach los conceptos deben ser determinados necesariamente por datos de la observación, esta afirmación lo condujo a pensar en la existencia de elementos primarios que son “datos” sensorial e inmediatamente, y que fundamentan todo conocimiento.

La tesis de Mach sobre la reductibilidad de todo conocimiento (y de realidad) a la combinación de elementos dados sensorial e inmediatamente, encuentra su continuación en la filosofía del neorrealismo divulgado en Inglaterra y en los Estados Unidos en las primeras décadas del siglo XX.

El mundo de los “datos sensoriales” se convierte así en un ser con existencia autónoma (no en un modo de ser, sin en el fundamento de la realidad total). Al igual que el mundo subjetivo debe ser reducido totalmente a combinaciones diferentes de “datos sensoriales”, a “construcciones lógicas” específicas de “datos sensoriales”, como propuso Bertrand Russell.

Los rasgos esenciales de la teoría empirista de Mach y Russell se reproducen en las nociones del positivismo lógico. El positivismo lógico plantea el interrogante acerca de la relación de los “datos sensoriales” con el mundo de los cuerpos materiales, así como la pregunta acerca de la relación, de las proposiciones y los términos sobre los “datos sensoriales” (del llamado lenguaje fenoménico con las proposiciones y los términos de las cosas físicas (el llamado lenguaje objetivo). El positivismo lógico postula que una proposición del lenguaje objetivo equivale a una conjunción finita de proposiciones sobre “datos sensoriales”; es decir, es solamente una abreviación específica de las proposiciones que fijan en el lenguaje los resultados de las observaciones inmediatas simples. Además, declaró que los conceptos teóricos en su esencia solamente representan una abreviatura taquigráfica para el material empírico que es dado en la experiencia sensorial.

Lenin aporta que una característica de todo saber es no ser absoluto, es decir, que no puede revelar todas las conexiones y mediaciones del objeto. Contiene en sí mismo la necesidad de trascender sus propios límites, de evidenciar su propia subjetividad. El saber no es idéntico con el objeto y, en este sentido, es subjetivo. “Conocer es la aproximación eterna, infinita del pensamiento al objeto”. El *reflejo* de la naturaleza en el pensamiento humano, no es ‘muerto’ ni ‘abstracto’, sin movimiento o contradicciones, sino que hay que comprenderlo en el *proceso* eterno del movimiento, en el surgimiento y superación constante de las contradicciones.

Por otra parte, Rubinstein afirma que el objeto del saber como algo cuyas propiedades son independientes de este o aquel “punto de vista” del sujeto, independiente de cómo se le aparece al sujeto. En el proceso del conocimiento esto se manifiesta en que el sujeto elabora relaciones de los objetos de cierta forma invariante, es decir estables, generales, independientes del punto de vista cambiante del sujeto. En el pensamiento, éstas permiten unir a un sistema único objetivo, las diferentes propiedades y relaciones del objeto, ya que la existencia de las mismas es lo que posibilita diferentes nociones subjetivas. En cambio, aquellas nociones sobre los aspectos del objeto que dependen de los diferentes puntos de vista y sistemas de referencia del saber, y que no se dejan integrar en un sistema de premisas objetivas, son consideradas por el sujeto como subjetivas, ilusorias, como no conformes con la realidad objetiva.

El desarrollo del conocimiento demuestra que para el saber objetivo juega un papel importante, precisamente, la comprensión de aquellos aspectos del objeto, que son invariantes no sólo en lo relativo a las “perspectivas” cambiantes del sujeto, sino también en lo relativo a las muchas condiciones externas distintas. El problema de cómo aparece el objeto según el punto de vista del sujeto en esta o aquella “perspectiva”, en un caso especial del problema más general de cómo las relaciones invariantes pueden manifestarse por medio de conexiones y propiedades variantes.

Según el investigador suizo J. Piaget, el desarrollo del conocimiento conduce a que el sujeto reconoce las propiedades del objeto que son invariantes con respecto a las distintas situaciones cognoscitivas. De ahí se derivan las posibilidades para superar el subjetivismo y alcanzar una mayor objetividad del saber. Para el

proceso del conocimiento, existe la tendencia característica de conectar los diferentes elementos del saber por medio de producir un sistema único a partir de las relaciones invariantes. También subraya esta tendencia por parte de algunos teóricos de la corriente positiva, pero se la interpreta de un modo específico: no como una forma de reproducción ideal del objeto real, sino como expresión de ciertas peculiaridades del sujeto.

Así la escuela de la psicología de la Gestalt señala el carácter estructural del conocimiento. Éste ya aparece desde la percepción elemental: el sujeto percibe determinadas totalidades estructuradas que se le aparecen como cosas existentes en un determinado “trasfondo”. Según esto, el sujeto cognoscente aparece como pasivo en la concepción de la psicología de la Gestalt; al propio sujeto se le considera como cosa física entre otras cosas físicas. Con este supuesto, desde el principio es imposible diferenciar en la percepción como resultado de la relación mutua entre sujeto y objeto, las propiedades de la cosa “como tal”, de las propiedades que le son características a la percepción según las peculiaridades de sujeto.

Piaget, sin embargo, se acercó más a la solución del problema de la relación sujeto-objeto con ayuda de la teoría del equilibrio. Él critica la psicología de la Gestalt y subraya que hay que ver al sujeto como un ser activo. Según Piaget, la psicología de la Gestalt se dedica solamente a un tipo muy estrecho de estructura cognoscitiva totalitaria, a las llamadas totalidades irreversibles y no-asociativas que corresponden solamente al estadio inicial del desarrollo del intelecto y que son sustituidas en su curso por otras estructuras reversibles y asociativas. Es hasta las estructuras reversibles, donde aparecen las características estables, invariantes del objeto, las cuales no dependen del cambio continuo de las condiciones cognoscitivas.

Entre otro de sus aportes, en lo referido al rol de la experiencia en el conocimiento, la epistemología genética ha demostrado experimentalmente que el empirismo está equivocado. Los resultados de la investigación psicogenética han mostrado el rol esencialmente activo del sujeto cognoscente.

En la solución del problema sujeto-objeto, la filosofía marxista inicialmente afirma que la relación cognoscitiva se produce en la relación práctica material-productiva entre sujeto y objeto. La primera relación sólo puede existir como algo que garantiza la realización de la segunda relación. La particularidad específica que distingue al hombre del animal, como es sabido, consiste en que el hombre no se apropia pasivamente los objetos ofrecidos por la naturaleza, sino que transforma la naturaleza, la “humaniza” y así crea un “segundo” mundo, la sociedad, en la que vive y actúa.

Con la transformación de la naturaleza que el hombre realiza conforme a sus necesidades, él mismo se transforma produce dentro de sí nuevas necesidades, “se crea a sí mismo”. Mas para poder transformar el objeto conforme a sus finalidades, el sujeto necesita de un saber sobre la estructura interna del objeto tiene que conocer las conexiones necesarias del objeto, sus leyes. Por esto, la actividad que transforma el objeto, necesariamente se une a la actividad cognoscitiva del sujeto, es decir, una actividad que en su contenido coincide con el objeto.

En los primeros estadios del proceso de desarrollo cognitivo humano, la actividad práctica y cognoscitiva todavía no eran separadas externamente. La última era un momento, un aspecto de la primera, según una expresión de Marx, se entrelazaba con la actividad práctica. Más tarde, se dio la separación externa entre actividad práctica y actividad cognoscitiva, lo que naturalmente no niega el hecho que el proceso cognoscitivo depende fundamentalmente de la apropiación práctica de la realidad por el sujeto.

2. La responsabilidad social empresarial como objeto

La responsabilidad social empresarial (RSE) ha sido definida desde diversos ámbitos y de modos muy distintos. A pesar de esta diversidad conceptual, en casi todos los enfoques es posible encontrar un fondo común que permita lograr un cierto consenso sobre su concepto.

Entre las definiciones más conocidas se encuentran las siguientes: “es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida” (WBCSD)².

“La RSE es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente” (PWBLF)³.

“La RSE se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa” (BSR)⁴.

“La RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales”. (Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social).

“La RSE se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Es un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración”. (Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas).

Estas definiciones permiten hacernos una idea clara de lo que es la RSE. Sin embargo, hay que advertir que es un concepto dinámico y en desarrollo, por lo

2 World Business Council for Sustainable Development

3 Prince of Wales Business Leaders Forum

4 Business for Social Responsibility

La dualidad sujeto-objeto y la responsabilidad social empresarial

que es preciso caracterizarlo con algunas claves para comprender mejor su verdadera dimensión:

- Integral: es decir, abarca a un conjunto complejo de dimensiones de la empresa.
- Gradual: puesto que se presenta como un camino de excelencia a seguir.
- Proporcional: ya que la expectativa de su ejercicio y aplicación tiene una relación directa con el tamaño de la empresa y su correspondiente poder o capacidad de influencia en el mercado.
- En el desarrollo de la RSE, ha surgido un creciente interés por este tema y la implantación de prácticas de gestión sostenible en las empresas tiene su origen en una serie de causas que han impulsado este fenómeno. Algunos de los principales motivos que fortalecen el desarrollo de la RSE son:
- Origen ético de la RSE: tradicionalmente se ha pensado que el mundo de la empresa era independiente de la esfera moral y que las reglas económicas eran diferentes a las morales. Sin embargo, las partes interesadas de la empresa han roto con esta disociación y exigen que la empresa haga compatible los beneficios económicos con una conducta basada en sólidos valores éticos.

La ética no cuestiona la rentabilidad sino la manera en la que las empresas obtienen sus ganancias.

Esta creciente reflexión ética acerca de la actuación de las empresas y a su gestión ha alimentado con fuerza a la RSE. Un buen ejemplo son las palabras de Josep M. Lozano⁵, “la acción humana es una acción mediada organizativamente, y por lo tanto, parece que pensar éticamente la acción humana, comporta también su especificidad, en tanto que ésta acción se lleva a cabo mediante empresas y organizaciones”.

- Escándalos: la serie de escándalos derivados de las malas prácticas empresariales que han saltado a la opinión pública y que han causado grandes pérdidas a pequeños inversores han sido un detonante para exigir a las empresas una conducta adecuada que permita recuperar la confianza en ellas y en las reglas del mercado.
- Deterioro del medio ambiente: los impactos ambientales de la actividad empresarial son rápida y fácilmente identificables. La demanda de un comportamiento responsable con el entorno natural es una de las primeras voces que se alzó a favor de la RSE y uno de los movimientos más potentes y organizados de la sociedad. La presión de las organizaciones no gubernamentales (ONGs) ha sido crítica en este ámbito, pero otros colectivos han recogido el testigo y el cuidado del medio ambiente ya no es una opción para las empresas.

5 Josep M. Lozano – *Ética y Empresa* - Ed. Trotta - 2002.

- Presión de los grupos de interés: los colectivos que se ven afectados por la actividad de la empresa cobran un nuevo protagonismo al demandar y exigir a las organizaciones un compromiso con la sociedad y el medio ambiente y unas prácticas coherentes con ese compromiso. Un ejemplo claro de presión de los grupos de interés el activismo de los accionistas o las demandas de los empleados. De una forma creciente, los accionistas toman sus decisiones teniendo en cuenta, además de los resultados financieros de las empresas, su desempeño en los ámbitos social y ambiental.

Además, esta tendencia se fortalece con el protagonismo que estas cuestiones están teniendo en las Juntas Generales de Accionistas. En muchas ocasiones, los empleados son los primeros que sufren la irresponsabilidad de las empresas y sus reivindicaciones han sido un fuerte impulso de la RSE y un motor de cambio hacia un nuevo modelo de empresa. Una empresa que ya no se entiende como un juego cero en el que las rentas se reparten entre el capital y el trabajo, sino como un sistema de cooperación eficiente basado en el diálogo y acuerdo como factor clave de reducción de los costes de coordinación y como potencial de innovación.

- Insuficiencia de leyes: la legislación y su aparato coercitivo se han demostrado ineficaces para garantizar el cumplimiento de unas mínimas reglas de juego. La RSE va más allá del derecho al configurarse no como una obligación externa sino como una autoimposición, una exigencia propia.
- Globalización: el desarrollo de la sociedad de la información alimenta el fenómeno de la globalización, aumenta el control de las actividades empresariales y facilita la movilización de las partes interesadas.
- Crisis del estado del bienestar: la ineficiencia de la gestión pública y las previsiones de los economistas han hecho saltar las alarmas sobre el mantenimiento del modelo de bienestar. Ante esta situación, la sociedad ha vuelto su mirada hacia las empresas, a las que se les pide que asuman su responsabilidad social y compartan con el Estado la tarea de mantener el nivel de bienestar de los ciudadanos.
- Mala imagen: las malas prácticas de algunas compañías han contribuido a crear una mala imagen de las empresas, que necesitan recuperar la legitimidad y formar parte de la comunidad. Algunas empresas han visto en la RSE el camino más corto para conseguir la licencia para operar lo que a menudo se ha traducido en una perversión de la RSE al concebirla como un medio para mejorar la imagen social de la empresa. La RSE es un fin en sí misma al conectar los beneficios empresariales con los beneficios sociales.
- Regulación: ante las presiones sociales y los escándalos empresariales, la respuesta de algunos gobiernos ha sido la de aumentar la regulación. A la tradicional regulación ambiental o laboral se ha unido la tendencia a la regulación legal de aspectos como el gobierno corporativo o la información social y ambiental.

La dualidad sujeto-objeto y la responsabilidad social empresarial

La RSE tiene su origen en un compromiso voluntariamente asumido por la empresa. Es un compromiso estratégico, esto es, a largo plazo y global, y que condiciona la conducta y la cultura de la empresa.

Al ser una decisión estratégica, la alta dirección debe determinar el contenido y alcance del compromiso social y ambiental de la empresa, siendo esta tarea la primera que debe realizarse y sobre la que se construye las estrategias y prácticas de la empresa responsable.

Debe ser un compromiso que rompe con lo momentáneo y parcial para ser un compromiso auténtico que se proyecta en el futuro de la empresa y que influye en las decisiones de la organización. Por tanto, el compromiso es una decisión íntima de la empresa, fruto de una reflexión sobre la responsabilidad que la misma tiene y sobre los agentes ante los que es responsable. El compromiso responsable nace del interior de la propia empresa, debe ser compartido por todos y cada uno de los empleados de la organización y debe comunicarse a las partes interesadas de la misma.

La empresa responsable debe crear una declaración de misión y visión que identifique los objetivos y aspiraciones de la organización. Suele incluir el propósito de crear valor para todas las partes interesadas. La misión forma parte del sistema de valores de la compañía, de su cultura y la condiciona. Por este motivo es vital que sea conocida y compartida por todos los miembros de la organización ya que tiene un importante papel de identificación y cohesión.

La dirección de la empresa debe considerar en qué medida la definición de la misión tiene en cuenta los aspectos relacionados con la mejora en los niveles sociales y ambientales y, por tanto, debe considerar la eventual reformulación de dicha misión o replantear aspectos de la misma para incluir dichas variables.

La empresa debe compartir su misión y visión con las partes interesadas no sólo para comunicarles su compromiso con ellas sino para recibir sus comentarios e incorporarlos en la medida de lo posible. La misión y la visión deben estar integradas y ser coherentes y compatibles entre sí. Para evitar que la empresa se quede en una mera declaración debe existir una concordancia clara entre la visión y el comportamiento cotidiano de la empresa.

3. La responsabilidad social en el nuevo contexto mundial: La empresa como sujeto responsable del conocimiento de esta realidad

La responsabilidad social constituye una nueva visión empresarial que supera aquellas acciones filantrópicas que inspiradas en un sentido caritativo movían a la empresa para que realizara donaciones esporádicas. El concepto moderno de la responsabilidad social se enmarca en una toma de conciencia con respecto a: la eliminación de distancias entre la acción social del estado y la de las empresas, la nueva conciencia empresarial en relación a la necesidad de ir más allá del cumplimiento de sus deberes laborales, contribuir a la solución de diversos problemas

sociales internos y en el entorno comunitario, la necesidad de incorporar mejoras en materia de beneficios sociales para los trabajadores y responder a las expectativas que sobre ella tiene la sociedad, otorgando una nueva legitimidad a la acción empresarial.

A mediados del siglo XX, las acciones de responsabilidad social se desarrollaban en un contexto de escasa competitividad y de pocas presiones sociales, contrastando con la época actual donde las condiciones son todo lo contrario. En el contexto actual, hay estudios que muestran que los productos y/o servicios de las compañías que ayudan a resolver problemas sociales se distinguen de su competencia, y que son preferidos por los consumidores que en su gran mayoría consideran que las compañías tienen cierta responsabilidad en ayudar a resolver las causas sociales. En un mundo globalizado y competitivo y de fuerte presión social es importante legitimar la imagen de la empresa por su compromiso con sus empleados y el entorno social y ambiental, su credibilidad y transparencia.

La Responsabilidad Social Empresarial es una nueva estrategia corporativa que implica el compromiso de las empresas, a través de la aplicación sistemática de recursos, para respetar y promover los derechos de las personas, el crecimiento de la sociedad y el cuidado del ambiente. Este compromiso se traduce en acciones concretas que buscan el beneficio de todos los actores involucrados en las actividades de la empresa (accionistas, trabajadores, proveedores, distribuidores y la comunidad en su conjunto), alcanzando un mejor desempeño y logrando su sostenimiento en el tiempo.

Toda empresa debe crear conciencia de una Responsabilidad Social Corporativa como parte del reconocimiento donde indica que la empresa no es solamente una institución dedicada a vender productos o servicios para obtener ganancias, sino que dependiendo y nutriéndose de su entorno, ella influye necesariamente sobre este. Suele afirmarse que la empresa debe ser un ente de naturaleza social con una misión de servicio a la comunidad y con gran sentido de solidaridad y preocupación por el bienestar colectivo. Esto significa que debe ocuparse no sólo de su crecimiento económico, sino también del bienestar comunitario. En la ética empresarial que se origina en esta concepción, las utilidades constituyen una justa retribución al capital, contribuyendo así al desarrollo de la sociedad a través de la justa remuneración del trabajo.

En la práctica, la responsabilidad social es una forma de asumir la dirección estratégica de la empresa. Constituye un planteamiento integral para el manejo organizacional. No son acciones filantrópicas, desarticuladas de la dinámica de la empresa y su entorno. La responsabilidad social busca un mayor compromiso de los trabajadores para con los objetivos y la misión de la empresa para incrementar la productividad, busca tener una comunidad estable, con buenos niveles de salud y educación para proveerse de mano de obra capacitada y saludable, bajos índices de criminalidad y buenas relaciones con las instituciones, que garanticen el normal ejercicio de sus operaciones y mantener un medio ambiente limpio, implementando procesos de tratamiento de residuos y que permitan la reutilización de estos; con la finalidad de optimizar la utilización de los insumos y la reducción de

los desperdicios, todo esto con el objetivo de mejorar las utilidades de la empresa y garantizar su sostenimiento a largo plazo.

4. Analizando la relación sujeto (empresa) y objeto (responsabilidad social)

Descritas las diferentes posturas epistemológicas que han orientado el desarrollo del conocimiento a lo largo del tiempo y el problema que les ha ocupado sobre la definición de la relación sujeto-objeto; y expuestos los roles de la empresa como sujeto y la responsabilidad social como objeto; se pretende finalmente analizar a través de distintas posturas epistemológicas esta relación, tratando de hacer una vinculación del proceso de conocimiento de la realidad social que enfrentan las organizaciones y el grado de responsabilidad social que asumen como sujeto ante esta confrontación.

El sujeto y el objeto no son ajenos, ya que el objeto se constituye en la actividad creadora y cognoscitiva del sujeto. Kant señala que el sujeto no percibe pasivamente el mundo de las sensaciones, lo cual nos permite interpretar la posición de muchas organizaciones que no pueden estar ajenas o asumir una actitud pasiva ante las demandas sociales del entorno donde se desenvuelven. Kant demuestra que el objeto no es una cosa ajena al sujeto, algo externo y opuesto a éste y que por lo tanto debe reaccionar ante el mismo; razón que explica las diferentes respuestas generados por las organizaciones en el mundo empresarial frente a las demandas sociales del entorno; la empresa (sujeto) no existe sin el objeto (entorno) con el cual realiza transacciones, y es en ese entorno (objeto) donde refleja su grado de compromiso social asumiendo prácticas de responsabilidad social empresarial cónsonas con sus sensaciones (filosofía organizacional). Esta postura epistemológica de Kant se hace más vigente cada día en el mundo organizacional.

Por otra parte, Hegel expresa dos características que definen al sujeto como son el autodesarrollo y la autoactividad; lo cual apoya la necesidad de evolución y cambio que enfrenta el mundo empresarial bajo las propias capacidades y recursos que dispone cada organización; manifestándose en la actividad práctica y cognoscitiva de la sociedad humana que constituye el ámbito externo de las empresas. Esto nos permite comprender las acciones emprendidas por muchas organizaciones que trazan sus propios planes de acción y estrategias (incluyendo las sociales) como símbolo de sus propias potencialidades y sin considerar muchas veces la responsabilidad que debieran asumir otros entes como el Estado o las propias comunidades, lo cual representa una actitud cónsona con sus propias convicciones organizacionales.

Como parte de esta necesidad de cambio y sensibilización de la empresa (el sujeto) requiere definir actividades o acciones cognoscitivas que le permitan asumir un papel relevante en la sociedad en la que se desenvuelve, estableciendo planes y compromisos enmarcados en el ámbito de la responsabilidad social (el objeto) que le garanticen el logro de los resultados y a su vez puedan satisfacer sus objetivos organizacionales y atender sus demandas sociales. Esto constituye la pos-

tura marxista del conocimiento donde el sujeto se acerca al objeto mediante el saber expresado como forma de realización de sus actividades cognoscitivas.

Por otra parte Mach en sus postulados epistemológicos, señala que los conceptos deben ser determinados necesariamente por datos de la observación, aspecto que se asimila fácilmente a las acciones llevadas a cabo por las empresas previa observación y análisis de su entorno, como medio para obtener los datos necesarios y el conocimiento del mismo, previo a la formulación de sus planes estratégicos; siendo las demandas sociales uno de los documentos más relevantes que normalmente acaparan su atención.

También Rubinstein afirma que el objeto del saber como algo cuyas propiedades son independientes de este o aquel "punto de vista" del sujeto, independiente de cómo se le aparece al sujeto, postura que nos hace comprender que en el enfoque de la responsabilidad social como objeto, esta posee ciertas características o condiciones las cuales resultan invariables independientemente de cual sea el punto de vista (cultura, valores o filosofía) de la empresa como sujeto; lo cual explica las presiones que ejerce el entorno social a las organizaciones.

Esta dualidad sujeto-objeto se impone actualmente como punto de discusión para determinar a quien compete la responsabilidad social como objeto, es a la propia empresa como sujeto de esta relación o es a otro sujeto como el Estado. Quizás la respuesta lógica nos lleva a pensar que ambos sujetos (la empresa y el estado), cada uno de acuerdo a sus recursos y niveles de responsabilidad, están comprometidos en dar respuesta al objeto, cuyo beneficiario será la comunidad y el entorno social.

Finalmente, el tema de la responsabilidad social empresarial es parte del saber objetivo que implica la comprensión de un objeto de acuerdo a la perspectiva del sujeto organizacional y de las condiciones externas que lo afectan. Esta relación plantea el reto de identificar el rol que cumple la organización para hacer frente a su compromiso social, pero considerando su cultura organizacional y su plan estratégico, otorgándole una imagen que permita visualizar cómo luce el objeto de la responsabilidad social desde el punto de vista de la empresa como sujeto.

En este compromiso de la responsabilidad social empresarial, la postura epistemológica marxista explicaría fácilmente la filosofía de cualquier organización, considerando que toda empresa para alcanzar sus objetivos debe buscar transformar el objeto que constituye su ámbito de responsabilidad social conforme a sus propias finalidades, para lo cual requiere de un amplio nivel de conocimiento sobre la estructura interna de las demandas sociales del entorno donde se desenvuelve, las regulaciones y leyes que rigen ese entorno y contrastarlo con sus propios valores y recursos; buscando un equilibrio entre aquello de lo que dispone el sujeto y aquello que demanda el objeto.

5. Conclusión

A lo largo de este artículo ha sido claramente expresado que el problema fundamental que ocupa a la epistemología es el de la relación sujeto-objeto, tema sobre el cual han surgido a lo largo del desarrollo de las teorías del conocimiento diferentes posturas epistemológicas. Dicha dualidad es de aplicación práctica en todos los ámbitos del saber y el tema tratado sobre la responsabilidad social empresarial no escapa de ella. Esta reflexión nos lleva a señalar que independientemente cual sea el esquema de valores y principios organizacionales que posea una empresa, la cual no puede permanecer pasiva ante las demandas sociales de su entorno; fenómeno que nos hace entender que el objetivo de la empresa como sujeto, siempre será el de pretender transformar según sus propias finalidades, a la sociedad como objeto; pero que por otra parte, la sociedad como objeto también ejercerá presión para exigir una posición empresarial cambiante en el tiempo, tratando de acercarla cada vez más a una concepción social.

Referencias Bibliográficas

- Fernández, Gallego y Ortiz (1993). **Balance Social: Fundamentos e Implementación**. Medellín, Colombia, Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.
- Knox and Maklan (2004). **Corporate Social Responsibility: Moving Beyond Investment Towards Measuring Outcomes**. Gran Bretaña, Inglaterra, *European Management Journal* Vol. 22 No.5.
- Casals Ovalle, Juan (2005). **Responsabilidad Social Corporativa, La gestión sostenible de la empresa**. www.monografias.com
- Bunge Mario (1980). **Epistemología**. Barcelona: Ed. Ariel.
- Lektorski W. A. (1980). **Teoría del conocimiento y marxismo**. México: Ediciones "taller abierto".
- Olivé León (1991). **Cómo acercarse a la filosofía**. México: Ed. Limusa.
- Gadner Howard (1988). **La nueva ciencia de la mente, Historia de la revolución cognitiva**. Barcelona: Eds. Paidós.
- Inhelder B. (1975). **Aprendizaje y estructura del conocimiento**. Madrid: Eds. Morata.
- Flavell John (1993). **La psicología evolutiva de Jean Piaget**. Barcelona: Paidós, 8ª edición.
- Prado, Andrea (2004). **Marco Lógico y Conceptual del Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica**. INCAE, Costa Rica.